

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era revolusi industri atau biasa kita sebut era 4.0 dimana penggunaan teknologi sangat kuat, perkembangan teknologi mampu membuat semua orang sangat mudah untuk mendapatkan informasi apa saja yang diinginkan. Hal ini seiring dengan semakin mudahnya manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari, seperti adanya perkembangan teknologi pada bidang transportasi yaitu adanya layanan ojek online, kemudian pada bidang kesehatan adanya aplikasi konsultasi dokter secara online 24 jam, kemudian pada bidang ekonomi yaitu adanya uang digital, tak luput juga perkembangan teknologi pada bidang komunikasi berbagai macam sosial media untuk memberikan informasi dan berdiskusi. Semakin berkembangnya teknologi maka berkembang juga industri yang semakin maju, salah satu industri yang berhasil menguasai pasar domestik adalah industri kosmetik.

Kosmetik menjadi sangat diminati dikarenakan kosmetik (perawatan kulit wajah, perawatan tubuh, perawatan rambut hingga dekoratif atau biasa disebut *makeup*) telah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita, terlebih banyak wanita sudah mampu mengakses produk apa saja yang bagus, yang sedang trend, memiliki kesamaan dengan idolanya, dan beragam target penjualan kosmetik dengan berbagai bentuk, warna, keunggulan untuk semua kalangan dan semua usia, membuat perkembangan dunia kosmetik sangat meningkat baik produk luar negeri maupun lokal, hal ini sangat dimanfaatkan bagi pengusaha kosmetik khususnya

pengusaha lokal dalam memasarkan produknya secara besar besaran untuk merebut pasar yang ada.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, mencatat kenaikan pertumbuhan kosmetik dalam negeri pada tahun 2017 dari 153 perusahaan kini mencapai 760 perusahaan dan 95% dari total perusahaan merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) dan sisanya merupakan skala besar ([sumber: kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20](http://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20)). Produk kosmetik lokal menjadi berkembang pesat dikarenakan kosmetik lokal memiliki kualitas yang bagus dan sesuai dengan kondisi kulit masyarakat Indonesia, mudah didapatkan dimana saja, harga lebih murah dari produk luar negeri namun dengan kualitas yang bagus, banyak yang memiliki sertifikat halal, kemasan kosmetik yang tampak mewah dan banyak selebritas Indonesia yang membuat produk lokal atau bekerja sama dengan produk lokal (indie) dapat menambah nilai kenaikan pada perkembangan produk kosmetik lokal.

Saat ini banyak kosmetik lokal ada yang berada di pasaran, pada kosmetik perawatan lokal untuk wajah, tubuh dan juga rambut seperti merek yang berasal dari Bali yaitu (S). Sedangkan kosmetik lokal dekoratif yang dibuat untuk remaja seperti (E), (R), (P) dll. Kemudian khusus untuk harian yaitu (X), (W) dll. dan kosmetik untuk Profesional seperti (PC), (M), (L) dll. Produk kosmetik indie seperti (B), (IGC) dll. Dengan perkembangan industri kosmetik lokal yang semakin meningkat maka semakin meningkat pula persaingan usaha, untuk merebut pasar, sehingga produk atau merek kosmetik dituntut untuk menunjukkan ciri khasnya, dapat melakukan pemasaran dengan baik, agar kosmetik dapat unggul dari pada kosmetik lainnya, dan mengutamakan kualitas produk itu

sendiri. Sesuai dengan penelitian Giardio,Zainul dan Sunarti (2017:126) kualitas produk adalah suatu tindakan yang diberikan perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan – perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya.

Banyak kosmetik yang baik saat ini, namun tidak diiringi dengan kualitas produk yang baik, yang berdampak pada tidak lakunya produk di pasaran, sehingga tidak mampu menarik perhatian konsumen. Kualitas produk dinyatakan baik salah satunya dengan mendapatkan pengakuan atau penghargaan dari lembaga survei yang dibuat oleh, majalah, aplikasi, dan Top Brand.

Salah satu lembaga survei yang bisa dijadikan tolak ukur ialah Top Brand Award. Top Brand Award merupakan ajang penghargaan yang dinanti oleh insan merek di Indonesia berdasarkan hasil survei yang dilakukan secara independent Frontier Group dilakukan tiga kali dalam setahun dengan 8500 reponden pada fase 1 dan 12.000 responden pada Fase 2 lalu dilaksanakan serentak di 15 kota besar di Indonesia, dan diukur berdasarkan *Mind Share, Market Share and Commitment Share*. Pemenang Top Brand Award harus memiliki Top Brand index minimum 10% dan menempati posisi tiga teratas dalam kategori produk. Kategori Top Brand Award pada perawatan pribadi memiliki banyak jenis, salah satu yang termasuk dalam kategori perawatan pribadi khusus wajah untuk kosmetik dekoratif terdapat pensil alis, maskara, *blush on, lipgloss, lipstick, BB cream, eyeliner, foundation*, bedak tabur dan bedak padat.

Dari sepuluh kategori perawatan tubuh pada kosmetik dekoratif terdapat empat kategori yang selalu menjadi dan menempati posisi pertama, yaitu pada lipstick (W), maskara (M), bedak padat (W) dan pensil alis lokal (X). Dari keempat kategori dan merek diatas yang mencuri perhatian produk kosmetik dekoratif diatas adalah pensil alis lokal (X) yaitu sebagai produk yang di keluarkan oleh perusahaan kosmetik tertua di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1962.

Dimana pensil alis lokal (X) berhasil mendapatkan penghargaan lima tahun berturut – turut (2015 – 2019). Hal ini membuktikan pensil alis lokal (X) mampu bersaing dengan produk luar negeri seperti (M), dan (R) namun tidak hanya dari produk luar saja, produk lokal yang sejenis tidak luput menjadi pesaing pensil alis lokal (x) yaitu (S) dan (W).

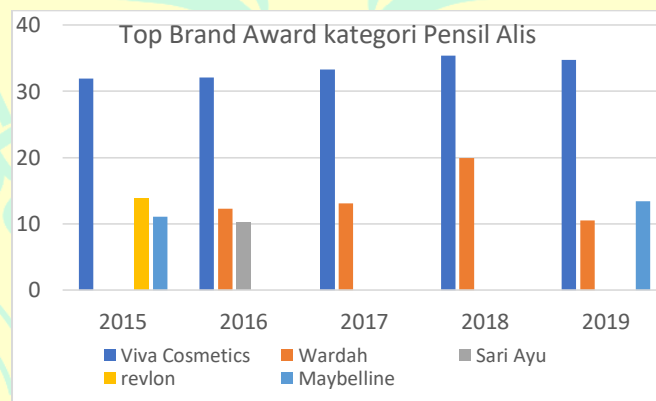
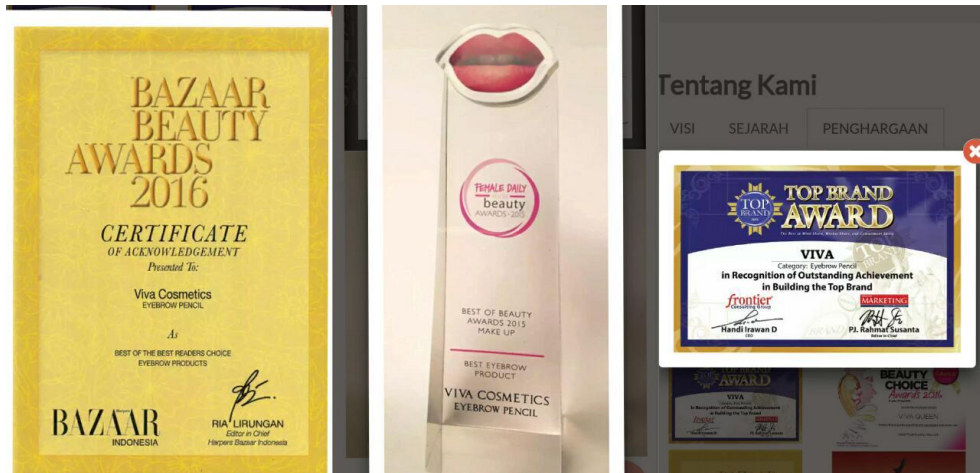


Table 1.1 Top Brand Indeks Kategori Pensil Alis 2015 – 2019.

Sumber : www.topbrand-award.com

Selain mendapatkan penghargaan Top Brand Award, pensil alis lokal (X) juga mendapatkan penghargaan dari Bazar Beauty Award pada tahun 2007 – 2010 dan 2016, kemudian Female Daily Beauty Award pada tahun 2015 sebagai pensil alis terbaik (*best eyebrow product*).



Gambar 1.1: foto berbagai penghargaan pensil alis lokal (X)

Sumber: <https://vivacosmetics.com/penghargaan>

Kualitas pensil alis lokal (X) juga dibuktikan dari hasil ulasan yang dilakukan konsumen di aplikasi Female Daily hasilnya menunjukkan 85% produk pensil alis Lokal (X) merekomendasikan untuk dipakai karena pensil alis lokal (X) memiliki kelebihan yaitu tahan lama / *water proof*, warna yang nyata, tekstur yang tidak keras namun tidak terlalu lunak serta harga yang murah dan terjangkau (<https://femailedaily.com>). Hasil dari Femaile Daily tersebut dikuatkan oleh *beauty influencer* sehingga orang semakin lebih tertarik untuk memakai dan mempengaruhi orang lain untuk mencoba.

Pengguna pensil alis lokal (X) sudah meluas tidak hanya masyarakat biasa yang mencoba dan memakai pensil alis lokal (X). Banyak *Beauty Influencer* membuat konten tentang pensil alis lokal (X), para Makeup Artist juga menggunakan pensil alis lokal (X) untuk membingkai alis, maka para mahasiswa tata rias tak luput menggunakan pensil alis lokal (X), mahasiswa tata rias yang menggunakan pensil alis lokal (X) sebanyak 100% dari 126 mahasiswa.

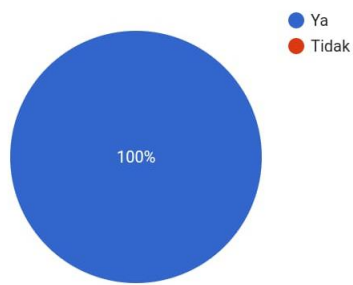


Diagram 1.1 : Mahasiswa tata rias yang menggunakan pensil alis lokal (X)

Sumber : Survei pribadi

Berdasarkan data tersebut diatas menyatakan bahwa mahasiswa tata rias dalam setiap kegiatan praktik terutama pada praktik pengantin Indonesia, menggunakan pensil alis yang digunakan untuk membingkai dan menggambar paes. Alasan menggunakan pensil alis lokal (X) karena harganya terjangkau atau murah, warnanya yang tajam, bagus untuk membingkai alis, tekstur yang empuk, pigmentasi yang tahan lama, mudah dipakai, terkenal dan juga mudah di temui (Survei oleh penulis).

Sejalan dengan hasil ulasan di Femaile Daily hal ini menyebabkan tingginya pembelian, penyebabnya ialah konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari suatu merek. hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan amstrong (2008: 272) bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana posisi utama pemasar dan sangat berdampak langsung terhadap nilai dan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan yang berasal dari konsumen untuk memutuskan pembeliannya.

Walaupun produk kosmetik dekoratif alis sudah banyak berbagai jenis dan bentuk seperti bentuk *liquid*, *solid*, *powder*, and *gel* namun pensil alis tetap

diminati. Jika melihat kualitas produk pensil alis lokal (X) dengan daya tahan yang kuat, mudah digunakan dan murah sehingga masyarakat dapat terpengaruh dalam memutuskan pembeliaannya. Sesuai dengan pendapat (Giardo, Zainul, Sunarti, 2017:126) yaitu keputusan pembelian suatu produk ditentukan oleh berbagai faktor seperti kinerjanya, kemudian faktor daya tahannya, kesesuaiannya, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas serta kemampuan layanannya. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Monalisa dalam (Giardio, Zainul, Sunarti 2017:126) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian.

Hal diatas maka penulis ingin mengetahui hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, peneliti akan menguraikan secara mendalam dimana kualitas produk menjadi variabel yang mempengaruhi (X), dan diikuti dengan keputusan pembelian sebagai variabel yang terpengaruhi (Y). dengan memilih judul “hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) terhadap keputusan pembelian”.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang penulis dapatkan dari latar belakang di atas sebagai berikut:

1. Maraknya persaingan industri kosmetik lokal.
2. Perkembangan inovasi produk pensil alis yang maju.
3. Pengaruh Penghargaan pensil alis (X) pada kualitas produk.
4. Kualitas mempengaruhi Keputusan orang membeli pensil alis (X)

1.3 Pembatasan Masalah

Dari semua identifikasi masalah tersebut maka peneliti hanya membatasi pada bagaimana hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Pendidikan Tata Rias.

1.4 Perumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan masalah yang telah dipaparkan diatas tersebut, penulis dapat mengambil suatu masalah yang akan diteliti yaitu:

“Adakah hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) terhadap keputusan pembelian”.

1.5 Tujuan Penulisan Karya Ilmiah

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui adakah hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk seperti apa yang dapat disukai banyak orang.

1.6 Manfaat Penulisan Karya Ilmiah

Karya ilmiah ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai (hubungan kualitas produk pensil alis lokal (X) terhadap keputusan pembelian).

Adapun manfaat lain dalam penulisan karya ilmiah ini adalah :

1. Dapat memberikan pengetahuan bahwa pengetahuan tentang pemasaran informasi kualitas produk di era digital saat ini.
2. Memberikan informasi tentang berkembangnya produk kosmetik lokal.
3. Memberikan Informasi bagaimana suatu produk tetap bertahan.
4. Memberikan informasi bahwa kualitas produk mempengaruhi penjualan.
5. Dapat memberikan pengetahuan tentang keputusan pembelian.
6. Memberikan informasi bagi penulis.